



3^a Giornata dell'Economia Maggio 2005

Anche quest'anno la Camera di Commercio ha rinnovato l'appuntamento per la Giornata Nazionale dell'Economia, svoltasi il 9 maggio scorso.

L'iniziativa, inaugurata nel 2003 da Unioncamere e giunta alla 3^a edizione, vede tutte le Camere di Commercio italiane impegnate nell'organizzazione di eventi provinciali per presentare in contemporanea il Rapporto sull'economia locale.

Presso la sede camerale di via Mentana 27 a Pavia si è tenuto un convegno pubblico ad ingresso gratuito durante il quale si è fatto il punto dell'economia provinciale all'interno del quadro economico nazionale.

L'idea di un'iniziativa unitaria, che coinvolge l'intero sistema, è stata fortemente voluta dalle Camere di Commercio per mettere in evidenza la loro fondamentale funzione di osservatorio economico su tutto il territorio.

Durante la giornata sono stati approfonditi i principali aspetti del sistema produttivo dell'area pavese, sia sotto l'aspetto strutturale sia sotto il profilo della competitività.

Questi i punti essenziali toccati durante la giornata:

- 1) analisi del valore aggiunto dei settori in serie storica della provincia con confronto regionale e Italia, con riguardo anche al peso delle PMI e dell'artigianato. La distribuzione della ricchezza in termini di valore aggiunto pro capite e reddito disponibile;
- 2) analisi delle dinamiche imprenditoriali: numerosità e incidenza settori nella provincia e confronto con regione e Italia;
- 3) mercato del lavoro e sue componenti: forze di lavoro, occupati e disoccupati (anno 2004) e relativi tassi per sesso. Distribuzione dell'occupazione per settori produttivi;
- 4) commercio estero: dinamica dell'Import ed Export con confronto regionale (anni 2002-2004). Saldo bilancia commerciale e indicatori di apertura commerciale: tasso di copertura e tasso di apertura;
- 5) fattori di contesto: infrastrutture e credito.

Di seguito, riportiamo le sintesi degli interventi di Piero Mossi e di Paolo Rizzi.

F

O

C

U

S

a cura della redazione

Mossi: "La provincia si sta trasformando"

di Piero Mossi - Presidente della Camera di Commercio di Pavia

La relazione sullo stato dell'economia appartiene al gruppo dei compiti di più antica e consolidata tradizione delle Camere di Commercio e degli Enti e istituti che si sono succeduti nel tempo e di cui la Camera di Commercio ha raccolto l'eredità. Queste relazioni costituiscono un materiale prezioso per la storia economica della nostra provincia, per comprenderne l'evoluzione, per intravedere le fasi attraverso cui è passato lo sviluppo del nostro territorio. Da qualche

anno a questa parte la presentazione del Rapporto avviene nel quadro della Giornata dell'Economia, voluta dall'Unione Italiana delle Camere di Commercio e celebrata in tutto il territorio nazionale. Durante la Giornata dell'Economia vengono presentati 103 Rapporti economici provinciali e un Rapporto di sintesi nazionale. La contestualità di uscita dei dati e l'omogeneizzazione del modello di pubblicazione, pur nel rispetto degli specifici contenuti individuati da ciascuna Camera, attribuiscono grande visibilità al ruolo di osservatorio economico del sistema camerale, rafforzando la funzione di cinghia di trasmissione tra il mondo produttivo e le istituzioni.

Anche la nostra Camera ha predisposto il suo Rapporto 2004 che individua nella prima parte le dinamiche di sviluppo del sistema economico pavese: permette di tracciare le traiettorie di sviluppo della Provincia, indaga sulla creazione e distribuzione delle ricchezze nel territorio, sulle dinamiche imprenditoriali, sulle caratteristiche del mercato del lavoro, sul livello di internazionalizzazione, sulla dotazione infrastrutturale e sulle dinamiche creditizie. La seconda parte è dedicata alle tavole statistiche, che completano con il linguaggio delle cifre, la lettura di questa nostra Provincia.

La messe di dati è davvero notevole e va sempre più arricchendosi. Dall'analisi dei dati e degli indici maggiormente significativi emerge in sintesi che la nostra provincia sta assistendo ad una trasformazione del proprio modello di sviluppo, in relazione sostanzialmente alla crisi di settori di attività tradizionali (quali il calzaturiero e il meccano-calzaturiero) che ha colpito l'area di Vigevano e comuni limitrofi; la trasforma-

zione in atto vedrà per contro l'affermazione di comparti economici prima meno rilevanti nel contesto provinciale. Nel corso dell'ultimo decennio il territorio pavese è stato investito da un significativo processo di terziarizzazione, sia in termini di ricchezza prodotta, sia in termini occupazionali. D'altro lato Pavia ha sperimentato un progressivo ridimensionamento dell'agricoltura, che pure continua a rappresentare un comparto di notevole rilievo, con i suoi prodotti di qualità, riso e

vino, e i loro primati, soprattutto se considerata in rapporto alla media regionale: il valore aggiunto del comparto, nel 2003, era pari al 3,7% del totale, a fronte dell'1,5% medio della Lombardia.

Diminuisce nel tempo anche l'importanza delle attività industriali. All'origine della tendenza è la difficoltà in cui versano le piccole e piccolissime imprese appartenenti a settori dell'industria di tipo tradizionale; significativa in proposito la crisi del settore calzaturiero, concentrato nel distretto industriale di Vigevano. D'altro lato è noto che questi prodotti attraversano una fase di declino in relazione ad una progressiva riduzione delle quote di export, a vantaggio di altri competitor, primi fra tutti i Paesi asiatici, che riescono a collocare sul mercato enormi quantità di prodotti a basso prezzo, sfruttando i vantaggi derivanti dal contenimento del costo del lavoro. Lo sviluppo industriale pavese sembra, peraltro, fortemente correlato all'esistenza, sul

territorio, di piccole e medie imprese che contribuiscono a creare oltre l'80% della ricchezza prodotta dal comparto manifatturiero. La presenza di una micro-imprenditorialità diffusa costituisce proprio uno dei tratti più caratteristici dell'economia provinciale, tanto che Pavia si colloca al 31° posto nella graduatoria decrescente delle province italiane per valore aggiunto manifatturiero delle PMI, preceduta da due sole delle undici province lombarde, Brescia e Como (29° e 30° posto). Altro elemento distintivo dello sviluppo pavese è rappresentato da una buona vocazione artigiana, particolarmente evidente in alcune aree. L'incidenza del valore aggiunto dell'artigianato sull'intera economia, pari, per l'anno 2002, al 13%, risulta leggermente superiore alla media italiana



(12,4%), oltre che a quella regionale, pari all'11,8%. Nella graduatoria decrescente delle province italiane per "vocazione" artigiana, nel 2002 Pavia si posiziona al 61° posto. Questa collocazione risulta, peraltro, coerente con la tendenza che vede le province di piccola e media dimensione caratterizzarsi per una maggiore densità dell'artigianato rispetto alle realtà più grandi, quasi che la dimensione ottimale, affinché l'artigianato apporti il suo massimo contributo, sia quella delle economie locali di piccole e medie dimensioni. Va poi osservato come il mercato del lavoro della provincia di Pavia sia influenzato da queste dinamiche settoriali presentando un'elevata concentrazione di occupati nel comparto dei servizi, una quota di occupati in agricoltura tra le più alte della regione ed una partecipazione all'industria inferiore alla media regionale.



Calando Pavia nel contesto regionale, si può osservare che essa si presenta relativamente integrata con il contesto lombardo, distinguendosi tuttavia in alcuni ambiti per dei risultati meno positivi della media. Tra gli altri, si può notare come il tasso di disoccupazione nel 2004 sia superiore (4,3%) al 4% medio delle province lombarde, pur costituendo, comunque, un buon risultato rispetto al complesso del Paese (8%). Similmente, la situazione relativa alla distribuzione della ricchezza nella popolazione appare più critica rispetto ad altre province della regione: nel 1995 Pavia si collocava, con un numero indice del valore aggiunto pro capite pari a 103,9, al 46° posto nella graduatoria nazionale decrescente, mentre nel 2003 occupa la 56^a posizione con 98,8, posizionandosi al di sotto della media nazionale. Rispetto alla vitalità del tessuto imprenditoriale, nel 2004 Pavia presenta un tasso di crescita d'impresa inferiore a quello regionale ed italiano; alcuni settori manifestano però dinamiche interessanti, come accade nel caso del comparto dell'edilizia, attraversato negli ultimi anni da un notevole sviluppo a livello locale. Il tessuto imprenditoriale pavese risulta caratterizzato da una netta prevalenza di imprese con la forma giuridica di ditta individuale; tuttavia, negli ultimi anni, si è registrato un aumento di forme imprenditoriali più complesse, ed in particolare delle società di capitale. Tra i punti di forza dell'economia della provincia pavese si segnala il buon livello di internazionalizzazione, in linea con quello dell'Italia Nord-Occidentale e superiore a quello italiano medio. I settori maggiormente attivi nelle esportazioni sono quelli dei prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali delle macchine e apparecchi meccanici, prodotti in larga quantità nei distretti industriali di

Vigevano e Belgioioso e dei prodotti alimentari caratteristici della zona, dal riso ai prodotti vinicoli. Un ulteriore aspetto molto importante è quello della dotazione infrastrutturale che costituisce una precondizione essenziale per lo sviluppo economico di un'area, favorendo la produttività del lavoro, la competitività di un territorio e, in generale, la crescita della ricchezza. Sotto questo profilo Pavia risulta in linea con la media del Paese; ma sul piano locale questa dotazione risulta insufficiente, mentre sono in atto diversi Progetti condivisi per arricchirla. L'indice di

dotazione infrastrutturale pone Pavia al 6° posto fra le province lombarde. Sul dato pesa soprattutto il risultato mediocre per l'indice complessivo di infrastrutture economiche (7° posto), poichè, per quanto concerne l'indice di dotazione di infrastrutture sociali, Pavia si colloca al 2° posto (subito

dopo Milano). Soddisfacente risulta infatti il livello delle infrastrutture culturali e ricreative, di quelle per l'istruzione, nonché delle strutture sanitarie, grazie anche alla presenza di un polo universitario d'eccellenza, nonché di un sistema ospedaliero all'avanguardia per la ricerca scientifica, strettamente collegato all'Università di Pavia. Punto dolente è invece rappresentato dalle reti e strutture per la telefonia e telematica in evidente ritardo rispetto alla media del paese.

Poichè la Camera di Commercio rappresenta l'imprenditoria locale e ne interpreta le esigenze, consentitemi di sottolineare alcune cifre sulle dinamiche imprenditoriali. Nel 2004 nella provincia di Pavia risultano registrate complessivamente 47.655 imprese, di cui 42.870 attive. Il saldo fra le 3.431 imprese iscritte e le 2.881 cessate è positivo, pari a 550 unità.

La quota più rilevante di imprese è relativa ai settori del commercio (10.609, pari al 24,7% del totale delle imprese attive) e dell'agricoltura (8.564, ovvero il 20%); seguono, in ordine decrescente, costruzioni e attività manifatturiere (rispettivamente 16,5 e 13,9% sul totale imprese). La situazione che emerge dal Rapporto è senz'altro problematica; essa rende altrettanto problematico alle istituzioni e ai referenti politici individuare con certezza la direzione e la dimensione di uno sviluppo economico locale auspicabile e percorribile.

In questo quadro, è più che mai viva per la Camera la necessità di una collaborazione convinta con tutti i soggetti che sul territorio operano: in primo luogo le istituzioni, le organizzazioni di categoria e le stesse imprese, e tutti gli organismi che a qualunque titolo si sentano investiti dall'impegno a bene operare per la provincia.

Un sistema locale in cerca di vocazione

di Paolo Rizzi, Direttore del Laboratorio di Economia Locale - Università Cattolica di Piacenza

In un contesto di grave rallentamento dell'economia Italia derivato da processi di natura strutturale e congiunturale (intensificarsi della concorrenza dei paesi e dei mercati emergenti dell'Estremo Oriente, aggravarsi degli equilibri di finanza pubblica, perdita di competitività di alcuni settori tradizionali del made in Italy, deboli performance innovative del tessuto imprenditoriale italiano), diventa necessario riflettere sul posizionamento competitivo del sistema socioeconomico pavese e sulle sfide che dovrà affrontare nel prossimo futuro.

Occorre tuttavia partire da alcuni scenari di sfondo che ci spiegano le recenti evoluzioni dell'economia globale e prefigurano nuove direzioni della competizione internazionale. Da un lato assistiamo a forze centrifughe che tolgono al locale la centralità negli scenari competitivi (flussi internazionali di investimenti, ruolo delle multinazionali, aggregazioni di nazioni o regioni verso organizzazione soprannazionali di governance), dall'altro al riemergere del ruolo dei territori sia nell'attenzione dei **policy maker** che nelle arene competitive. La nuova enfasi per forme sostenibili di sviluppo economico, promozione di buoni livelli di qualità della vita e esigenza di partecipazione sociale, comporta che l'agenda dello sviluppo regionale e locale diventa più complessa e articolata. Non è più sufficiente programmare sentieri di sviluppo territoriale fondati solo sulla creazione o sul rafforzamento di cluster produttivi, più o meno a tecnologia avanzata; non basta più pensare che la produzione manifatturiera sia il traino della crescita economica.

Il posizionamento competitivo dell'economia di Pavia

In un periodo in cui si osserva in Italia una sorta di convergenza non lineare (Capuano 2004) che evidenzia performance economiche più vivaci in alcune aree del sud del paese, la provincia di Pavia rivela una posizione "mediana" nel panorama italiano con il 56° posto nel ranking delle province italiane in termini di Pil procapite (guidato da Milano, Bolzano, Bologna, Modena), al di sotto della media italiana. A fronte di questa posizione si osserva soprattutto il

peggioramento relativo con la perdita di 10 posizioni nell'ultimo decennio. Anche il tempo di raddoppio del reddito (pari a 19,5 anni a Pavia rispetto ai 16 dell'Italia) conferma la staticità dell'economia pavese con tassi di crescita che la pongono all'87° posto nella classifica delle province. La dinamica della struttura settoriale della produzione conferma i trend storici di declino del peso del primario (sceso al 3,7% del Pil provinciale, pur sempre maggiore del 2,5 nazionale e 1,7 lombardo) e del secondario (27,3%) a fronte di una continua crescita dei servizi (69%).

Una provincia ancora più agricola della media lombarda e nazionale, ma caratterizzata da minori livelli di industrializzazione. Sul fronte del mercato del lavoro in prima battuta non si osservano squilibri eclatanti con un tasso di attività molto elevato (68,7%) e superiore anche alla media regionale (e quindi molto al di sopra della media italiana) e tassi di disoccupazione apparentemente non preoccupanti (4,3% rispetto all'8% italiano). Se tuttavia consideriamo il tasso di disoccupazione allargato, che considera anche le forze di lavoro potenziali, si evidenzia una situazione meno positiva del mercato del lavoro locale, con un tasso dell'8,2%, tra i più elevati in regione (seppure inferiore al

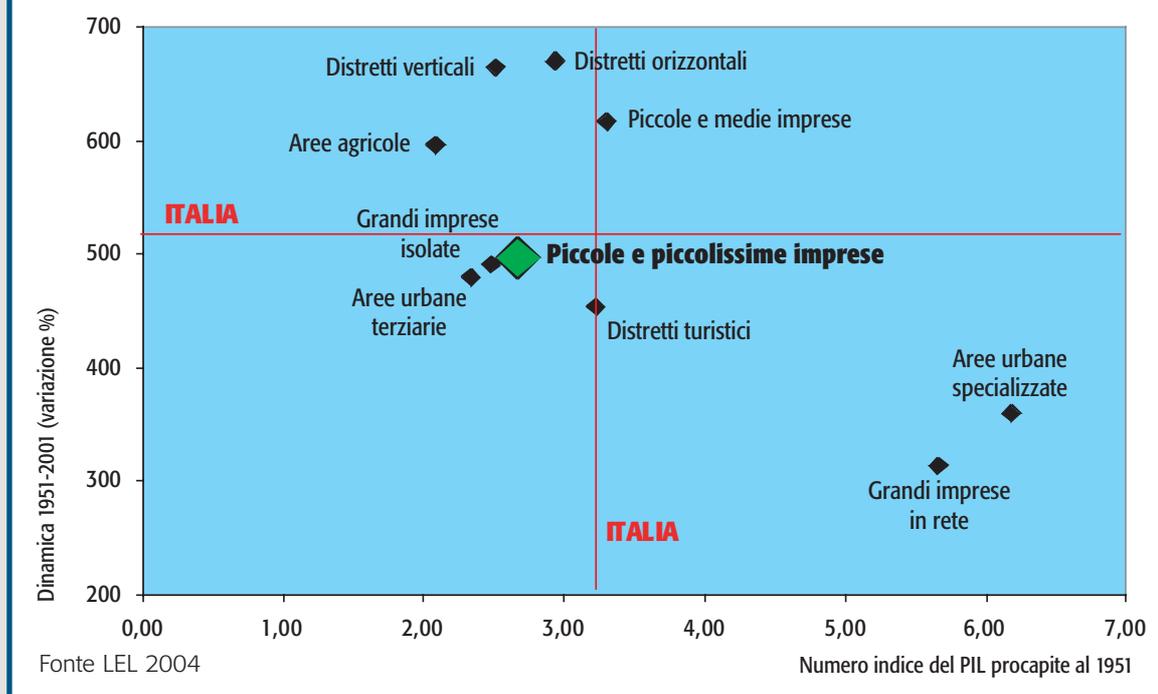
dato nazionale). Sembra quindi diffondersi un fenomeno di rinuncia e di scoraggiamento che spinge ad interrompere le azioni di ricerca di lavoro. Anche le dinamiche delle imprese segnalano tassi di sviluppo deboli, in alcuni casi come in agricoltura e nel manifatturiero addirittura negativi. Un ultimo fattore di debolezza della struttura economica del sistema pavese è riconducibile alla scarsa propensione estera dell'apparato produttivo con un andamento del tasso di copertura (rapporto tra esportazioni e importazioni) che diminuisce e soprattutto è decisamente inferiore a 100 (54,6), laddove alcune realtà lombarde evidenziano ancora elevate capacità di penetrazione dei mercati esteri (Como, Brescia, Lecco, Bergamo, con indici di copertura superiori a 150). In sintesi è possibile individuare il posizionamento competitivo

di Pavia? A quale **cluster** territoriale appartiene il sistema pavese? A partire da una interessante mappa dei sistemi locali italiani (Unioncamere 2002 e 2003) Pavia viene aggregata



Il potenziale espresso dall'Università, bacino di risorse umane e tecnologiche, e l'immagine positiva del territorio con i suoi prodotti tipici rappresentano le maggiori opportunità per il rilancio dell'economia

Le dinamiche dei sistemi locali italiani nel lungo periodo (posizionamento e crescita del Pil provinciale 1951-2002)



ta ai **sistemi di piccola e piccolissima impresa**, dove l'occupazione in imprese con più di 50 addetti risulta inferiore al 20% complessivo. In questo gruppo di province Pavia è in compagnia di Savona, La Spezia, Sondrio, Massa Carrara, Arezzo, Grosseto, Perugia, Rieti, Latina, Caserta, Lecce, Messina, Agrigento, Sassari, Nuoro, Cagliari, Isernia. Ebbene questo gruppo di province nel lungo periodo, cioè dagli anni 50 ad oggi, si caratterizza per una posizione assolutamente "media", con livelli di Pil procapite leggermente inferiori alla media e soprattutto tassi di crescita appena al di sotto dei valori medi italiani. Nel lungo periodo al contrario i modelli vincenti in Italia sono risultati i **distretti industriali**, sia quelli di tipo verticale con rapporti gerarchici tra le imprese (Novara, Teramo, Pescara, Chieti) che orizzontale con rapporti di collaborazione tra le imprese². Ancora dinamiche di crescita economica più sostenute nei cinquant'anni sono registrate dalle **province con medie e piccole imprese**³, caratterizzati da un peso degli occupati nelle imprese con più di 50 addetti superiore o almeno uguale al 20% del totale, e le **aree agricole**⁴ con un peso degli occupati nel settore agricolo superiore al 15% dell'occupazione totale. Al contrario i sistemi di **grandi imprese**, isolate⁵ o in rete⁶, le **aree urbane terziarie**⁷, le **aree urbane specializzate**⁸ e i **distretti turistici**⁹, risultano meno premiate nello sviluppo economico di lungo periodo.

Nel medio periodo, cioè nell'ultimo decennio, lo scenario cambia: i distretti rivelano una forte caduta nei trend di crescita (pensiamo ai distretti tradizionali del made in Italy quali il calzaturiero, il tessile-abbigliamento), così come le aree con grandi imprese, mentre più dinamici appaiono le aree agricole, le aree con piccole e medie

imprese e le aree urbane specializzate. Per Pavia e le aree a piccola e piccolissima impresa, la crescita anche recente sembra ancora molto debole.

In una successiva riaggregazione delle province italiane (Unioncamere 2003), Pavia viene assimilata alle **aree in cerca di vocazione**¹⁰, caratterizzate da una relativa propensione alle attività terziarie e l'assenza di una specializzazione produttiva evidente. A fronte del crollo del distretto prima calzaturiero e poi meccano-calzaturiero del vigevanese, i processi di deindustrializzazione comuni a vaste aree del Nord Italia non hanno portato Pavia a definire una chiara vocazione territoriale ad eccezione del polo terziario (universitario e sanitario) del capoluogo. E' sufficiente questa connotazione economica a garantire a Pavia adeguati livelli di sviluppo nel futuro?

La qualità della vita in provincia di Pavia

Un secondo aspetto da analizzare per comprendere il posizionamento competitivo del sistema territoriale pavese è quello relativo alla qualità della vita. In base alle elaborazioni realizzate ogni anno dal Sole 24 Ore¹¹, pur riconoscendo i limiti metodologici di questa analisi (cambiamento delle variabili rilevate, aggregazione delle stesse senza opportune validazioni statistiche), possiamo utilizzare i ranking provinciali per alcune osservazioni sul contesto pavese. Negli ultimi quattro anni la posizione media di Pavia nella classifica delle province italiane è il 67° posto, nella parte bassa del ranking. Sia il confronto con alcune province limitrofe (Piacenza 31°, Lodi 53°) che con le città al top del ranking (Bolzano, Aosta, Firenze, Bologna negli ultimi anni) sembrano evidenziare come siano le città di media dimensione ad essere premiate in termini di benessere e qualità della vita, luoghi dove non



si osservano spiccate specializzazioni produttive monosettoriali e al contrario sono presenti mix equilibrati di **old economy** e servizi, industria e cultura, turismo e pubblica amministrazione efficiente. Tutti connotati che potrebbero contraddistinguere la fisionomia socioeconomica pavese, ma che non trovano riscontro negli indicatori rilevati. Questa posizione che sembra penalizzare Pavia deriva da situazioni diversificate nei sei ambiti di riferimento con cui si misura la qualità della vita: da un dato sul "tenore di vita" (reddito pro-capite, depositi bancari, prezzo delle case, pensioni medie) e su "affari e lavoro" (tasso di disoccupazione, densità di impresa, fallimenti aziendali, natalità di impresa) Pavia sale nella prima metà della graduatoria (rispettivamente al 42° e 33° posto); così per l'area "servizi e ambiente" (dotazione infrastrutturale, ecosistema urbano, morti per tumore, escursione termica, incidenti stradali) Pavia appare ben posizionata (36°); dall'altro lato le aree "criminalità" (furti, rapine, borseggi, minori denunciati) e "popolazione" (tasso di mortalità e natalità demografica, divorzi, suicidi, trasferimenti) penalizzano fortemente Pavia (rispettivamente all'88° e all'87° posto). In mezzo il dato sul "tempo libero" (associazionismo, ristoranti, palestre, utenza al cinema) che pone Pavia al 59° posto della graduatoria nazionale negli ultimi anni.

Luci ed ombre quindi che non sembrano valorizzare adeguatamente l'elevato potenziale del territorio pavese in termini di qualità della vita derivato dalla teorica minore presenza di tutte quelle diseconomie di agglomerazione che al contrario le grandi città sempre più evidenziano (congestionamento, inquinamento, criminalità).

La debole coesione sociale

L'ultimo vertice del triangolo della sostenibilità è legato alla coesione sociale che oggi appare come un prerequisito essenziale non solo per garantire equilibrate relazioni sociali tra i cittadini ma anche una condizione necessaria per attivare percorsi positivi di sviluppo economico soprattutto in termini di marketing territoriale e attrazione degli investimenti (Caroli 1999, Rizzi 2005). In un recente rapporto

Tagliacarne (Camera di Commercio di Pavia 2005) è stato costruito un indicatore di coesione territoriale che pone Pavia tra le province a minore tasso di coesione sociale tra le aree lombarde, insieme a Como, Sondrio, Lecco, Varese. Emerge quindi la debolezza della governance locale, cioè delle relazioni formali ed informali tra gli attori pubblici e privati del sistema locale, amministrazioni e categorie economiche fino alle rappresentanze dell'associazionismo sociale. Non a caso le province lombarde con valori di questo indicatore più elevati (Lodi, Brescia, Mantova) si caratterizzano negli ultimi anni per percorsi di governo dello sviluppo più evoluti, sia in termini di nuove forme di partecipazione territoriale (ad esempio l'attivazione di piani strategici) sia in termini di azioni attive di marketing territoriale interno (rivolto ai cittadini e alle imprese esistenti) ed esterno (rivolto ai turisti, ai potenziali nuovi residenti e alle imprese esterne all'area). Il caso Masterfoods S.p.a. appare a tal proposito emblematico: la consociata italiana del gruppo multinazionale statunitense Mars Incorporated, leader mondiale in molti settori quali snack, prodotti petcare, main meal, distributori di bevande, nel 1990 si stabilisce nella provincia di Pavia a Belgioioso, con circa 200 addetti nelle vendite e nel marketing. Nel 1996 viene avviata la prima unità produttiva di alimenti per cani e gatti, con circa 155 addetti. Nel settembre l'azienda 2004 avvia le procedure di licenziamento collettivo per 155 dipendenti, direttamente o indirettamente legati alla produzione di alimenti per animali domestici. Resterà a Belgioioso solo la filiale vendite e marketing. La motivazione ufficiale risulta il crollo drastico delle vendite e problemi di riorganizzazione internazionale. Il quesito che nasce è il seguente: Pavia sa attrarre ma non è capace di trattenere? Il marketing territoriale in effetti non solo deve portare ad attrarre capitali ed imprese sul proprio territorio, ma deve anche attivare forme di relazione e cooperazione tra investitori esterni e territorio, tali da "trattenere" la nuova impresa mettendo a valore tutti i fattori localizzativi che avevano determinato l'investimento esterno. Su questo fronte la compattezza delle amministrazioni locali e soprattutto la coesione tra partner pubblici e privati ed in generale degli

attori dello sviluppo locale, possono rappresentare una leva competitiva non indifferente nel difficile processo di insediamento e consolidamento degli investitori esterni in una data area.

L'analisi SWOT per Pavia

In conclusione è possibile costruire una matrice dei punti di forza e debolezza, delle minacce e delle opportunità (SWOT) per il territorio pavese.

Tra i **punti di forza** si registra: la notevole ricchezza del patrimonio naturale, la collocazione geografica strategica, i discreti livelli di tenore di vita e situazione economica generale, il mercato del lavoro senza pressioni preoccupanti, la spiccata specializzazione nel comparto agro-alimentare, la vocazione alle attività artigiane e all'imprenditorialità diffusa, la ripresa delle esportazioni nell'ultimo periodo (relativamente alla congiuntura fortemente negativa nell'export italiano), gli elevati livelli di istruzione (l'11% della popolazione con laurea), la presenza di un polo universitario e sanitario d'eccellenza internazionale, la buona dotazione infrastrutturale (nonostante la percezione locale sia molto inferiore alle misure nazionali).

Tra i **punti di debolezza** emergono: il trend demografico negativo (3,4 anziani per bambino; saldo naturale negativo), l'alta disoccupazione in senso allargato, la frammentazione del tessuto produttivo (3,7 addetti per impresa), la presenza di importanti comparti esposti alla competizione internazionale, una filiera agro-alimentare non completa sul fronte della trasformazione e della commercializzazione, la bassa propensione all'export, l'insufficienza strutturale del sistema dei servizi, soprattutto turistico-alberghieri, gli elevati livelli di criminalità, la difficoltà storica a fare sistema/network.

Le **minacce** che il sistema socioeconomico dovrà affrontare nei prossimi anni sono riconducibili alla competizione internazionale soprattutto in alcuni settori strategici dell'economia pavese (distretto di Vigevano), alla crescente vetustà e congestione delle infrastrutture viabilistiche, alla perdita dei distretti storici senza adeguata diversificazione economica, all'insufficienza delle infrastrutture di telecomunicazione, allo spopolamento di alcune aree (Oltrepo pavese), ai rischi di degrado del ricco patrimonio artistico.

A fronte di queste debolezze strutturali e strategiche, Pavia presenta anche interessanti **opportunità**, che potranno diventare le vere leve competitive per il proprio sviluppo futuro. Da un lato la presenza di un ricco bacino di risorse umane e tecnologiche (università) che può essere il vero serbatoio intellettuale verso le nuove forme di economia della conoscenza. In questo senso si aprono possibilità significative di rapporti più fecondi tra ricerca-università e produzione (Parco Scientifico). Ancora l'immagine positiva del territorio e dei suoi prodotti tipici rappresenta senza dubbio un asset immateriale importante per ogni strategia di valorizzazione del territorio; ancora la vicinanza al polo milanese e la valorizzazione del patrimonio naturale e storico (amenities), possono divenire una vera chiave strategica di rilancio dell'area, soprattutto nell'ottica dell'attrazione di imprese e residenti.

Se i fattori strategici oggi per lo sviluppo locale sono costituiti dal capitale naturale, dal capitale umano e creativo (Florida) e dal capitale sociale (Putnam, Trigilia), Pavia si presenta nell'arena della competizione globale con alcune caratteristiche assolutamente attrattive (natura, storia, conoscenza, tecnologia, imprenditorialità) ma deve rafforzare la propria dotazione e volontà di coesione e networking senza la quale il territorio pavese resterà un'area in cerca di vocazione.

Bibliografia

- Camera di Commercio di Pavia, "Rapporto sull'economia provinciale", Giornata dell'Economia, 9 maggio 2005
- Caroli G., "Marketing territoriale", Carocci, Roma, 1999
- Capuano G., "I fattori dello sviluppo regionale", Istituto Tagliacarte, GMS, Roma, 2004
- Ciciotti E., Spaziante A., (a cura di), "Economia, territorio e istituzioni", Franco Angeli, Milano, 2000
- Ciciotti E., Rizzi P., "Politiche per lo sviluppo territoriale", Carocci, Roma, 2005
- Florida R., "L'ascesa della nuova classe creativa", Mondadori, Milano, 2003
- Rizzi P., "Il marketing territoriale" in Ciciotti E., Rizzi P. 2005
- Rizzi P., "Sviluppo locale e capitale sociale", in "Bollino G., Drappi L., "Innovazioni metodologiche nelle scienze regionali", Franco Angeli, Milano, 2004
- Rizzi P., "Crescita regionale e capitale sociale. Una esplorazione", in Scienze Regionali, Franco Angeli, n.3, 2003
- Unioncamere, "Sistema Italia", Rapporto 2002 sulle economie locali, Franco Angeli, Milano, 2002
- Unioncamere, "Sistema Italia", Rapporto 2003 sulle economie locali, Franco Angeli, Milano, 2003

Note

1. Coloro che, non avendo ricercato un'occupazione nei tempi stabiliti per la definizione di forze di lavoro dall'Istat, sono inseriti ufficialmente nelle non forze di lavoro
2. Varese, Como, Bergamo, Brescia, Cremona, Mantova, Vicenza, Treviso, Padova, Rovigo, Udine, Parma, Reggio Emilia, Modena, Ravenna, Forlì, Pesaro-Urbino, Ancona, Macerata, Ascoli Piceno, Lucca, Pistoia, Siena
3. Vercelli, Cuneo, Asti, Alessandria, Trento, Verona, Belluno, Venezia, Gorizia, Piacenza, Bologna, Ferrara, Firenze, Pisa, Terni, Pordenone
4. Foggia, Ragusa, Brindisi, Matera, Avellino, Trapani, Reggio Calabria, Oristano, Benevento, Enna, Viterbo
5. Potenza, Siracusa, Caltanissetta, Livorno, Campobasso, Taranto
6. L'Aquila, Torino, Genova, Frosinone
7. Napoli, Palermo, Catania, Catanzaro, Cosenza, Bari
8. Milano, Roma, Trieste
9. Bolzano, Imperia, Salerno, Aosta
10. Avellino, Frosinone, Gorizia, Isernia, L'Aquila, La Spezia, Latina, Livorno, Massa Carrara, Rieti, Savona, Sondrio, Terni, Trieste, Verbania
11. La classifica delle province italiane viene calcolata annualmente in base a 36 variabili relative a 6 aree tematiche: tenore di vita, affari e lavoro, criminalità, popolazione, servizi e ambiente, tempo libero.

GIORNATA
DELL'ECONOMIA
9 MAGGIO 2005



UNIONCAMERE

Priolinox, il cuore

DEI FRIGORIFERI

Il successo imprenditoriale deriva da un misto tra creatività, innovazione, meticolosità a cui va associata la conoscenza del mercato, delle sue esigenze e delle sue caratteristiche.

La qualità dei prodotti deve essere una priorità, così come la volontà di rimanere sempre all'avanguardia.

Sono proprio queste le caratteristiche di un'industria che ha saputo conquistarsi un settore importante del mercato internazionale partendo dall'Oltrepò e tenendo sempre fissi come obiettivi l'eccellenza della propria produzione e la riconoscibilità del proprio marchio.

Oggi la Priolinox è leader nel settore dei componenti in acciaio inossidabile per celle frigorifere impiegate nella grande ristorazione, e sin dal suo nome richiama il territorio che ne ospita la produzione.

E' infatti il 1969 quando, nel cuore dell'Oltrepò, a Borgo Priolo, al limite del sistema collinare appenninico, viene aperto il primo stabilimento sotto l'insegna Priolinox. Al momento del suo arrivo in provincia di Pavia la società è una Srl guidata dai coniugi Marino e Amelia Saletti. Pochi mesi dopo l'azienda è già un punto di riferimento.

I piccoli passi diventano grandi passi e, nel 1972, la società si trasforma in una Spa ed inizia la vera e propria attività produttiva dello stabilimento su una superficie di 12.000 metri quadri e crea la sua sede amministrativa a Milano, dove tuttora opera. La crescita è frutto anche della felice scelta territoriale di Borgo Priolo che ha offerto all'industria spazio e manodopera qualificata, consentendo di perseguire gli obiettivi di crescita, ben chiari sin dall'inizio.

Marino e Amelia Saletti, che hanno ricevuto lo scorso dicembre il premio Speciale "Una Vita" assegnato



dalla Camera di Commercio di Pavia, mantengono oggi le cariche dirigenziali di presidente e vice-presidente. Nel corso degli anni alla loro attività si è affiancata quella dei figli, Paolo e Valerio, che hanno dato continuità al lavoro e all'entusiasmo dei genitori, assecondando l'evoluzione e lo sviluppo del marchio a livello internazionale.

La Priolinox infatti, anno dopo anno, ha fatto dell'innovazione il pilastro di un successo commerciale che si è rivelato non solo italiano, ma anche europeo ed extraeuropeo.

Grazie al gradimento della clientela e al favore di arredatori, architetti e designer, i prodotti che escono dalla fabbrica di Borgo Priolo sono presenti ed apprezzati ormai in moltissimi mercati.

La gamma Priolinox, col passare degli anni, si è evoluta e differenziata, ha seguito e anticipato le esigenze di un mercato che ha richiesto prodotti sempre più specifici e caratterizzati non solo dalla praticità dell'uso e dalla qualità, ma anche dal design innovativo e da precisi canoni estetici; i diversi clienti in Italia e all'estero hanno così potuto affidarsi a un'azienda che mantiene sempre il passo con i tempi e con le

E' il 1969 quando a Borgo Priolo, nel cuore dell'Oltrepò pavese, viene aperto il primo stabilimento sotto l'insegna Priolinox. L'azienda è guidata da Marino e Amelia Saletti



loro necessità, non trascurando quei particolari, un tempo secondari, ma che oggi fanno la differenza. Nello stabilimento di Via Ghiaia Risi nasce oggi una produzione, ampia ed estremamente differenziata, di componenti di acciaio inossidabile per banchi refrigerati: cassetti, porte, lavelli, bottigliere, articoli per bar, arredamenti, tramoggia, vaschette e sorbettiere; inoltre vengono creati accessori che saranno utilizzati nei banchi bar, nei negozi di alimentari, nei supermercati e nelle grandi cucine.

La clientela di riferimento non è costituita soltanto dai produttori di banchi refrigerati, da negozi, mense e alberghi, ma è composta anche da architetti, da arredatori e da rivenditori di attrezzature nel settore del freddo. Una capillare rete di rivenditori e depositari e la creazione di forti punti di vendita anche all'estero ha consolidato la presenza del marchio e oggi l'azienda oltrepadana può contare su una collaudata rete commerciale in tutta Italia e all'Estero. Molto curati in ogni dettaglio, ben rifiniti e costruiti con materiali molto robusti, i prodotti Priolinox si distinguono per la funzionalità e l'eleganza che li contradd-

stingue, sono infatti all'avanguardia e riescono sempre ad anticipare l'evoluzione del mercato.

Uno staff scelto e dinamico, validi manager e un'efficiente organizzazione aziendale consentono di ampliare e migliorare sempre più la gamma di prodotti che deve il proprio successo alla qualità, affidabilità e funzionalità dei "pezzi", tutti realizzati con materiali tecnologicamente avanzati che ne assicurano la durata nel tempo.

Nulla, negli articoli Priolinox, è lasciato al caso: la lavorazione è così accurata da poter essere definita "artigianale"; l'attenzione all'evoluzione del mercato è talmente scrupolosa da consentire alla società non solo di restare al passo con le tendenze, ma spesso di anticiparle. Ma tutto ciò non avviene senza sforzo. E' necessaria l'adozione di sistemi industriali sempre all'avanguardia, l'introduzione costante di macchinari di ultima generazione, unitamente al lavoro di mani abili ed esperte. Tutto questo ha fatto sì che Priolinox sia uno di quei marchi immediatamente identificabili con la qualità.

"La perfezione è sempre una somma di particolari": questo è lo slogan che riassume l'accuratezza con cui i prodotti vengono ideati e creati ed è il motto che accompagna le ultime produzioni nate a Borgo Priolo.

Tra queste la rivoluzionaria Serie 4000, una nuova linea di cassetti e sportelli caratterizzati da grande solidità e praticità, ma anche da innovazione estetica e di design.

Nel corso degli anni la gamma di prodotti a marchio Priolinox si è evoluta e differenziata, ha seguito e anticipato le esigenze di un mercato che ha richiesto prodotti sempre più specifici

L'ergonomia è garantita dall'estensione della maniglia per tutto il frontale. Ciò rende la presa facile, comoda, sicura. L'estetica è il frutto di un innovativo design. La praticità si concretizza nella ridotta sporgenza e nell'assenza di asperità o punti taglienti, per eliminare il pericolo di impigliamento o di infortunio. La maniglia ergonomica è realizzata in una particolare lega di alluminio e viene fornita di serie in una elegante colorazione "Blu Sablè". Ma è possibile anche una personalizzazione cromatica di cassetti e sportelli da parte di architetti e arredatori e può essere fornita in versione "neutra", verniciabile a piacere; oppure in una vasta gamma di colori diversi da quello base.

In questa serie si riassumono i canoni di una produzione e di una filosofia industriale: il prodotto utile, i materiali di qualità, l'attenzione ai dettagli, il design di avanguardia, la piacevolezza estetica e l'attenzione alle esigenze e alle richieste del cliente. Sono queste le regole per imporre un marchio a livello internazionale. Non è certo un compito facile, ma, a Borgo Priolo, da 35 anni, è il lavoro che viene svolto tutti i giorni.



La nuova impresa agricola, agevolazioni per il rilancio

di Paolo Tonalini - Notaio in Pavia

La riforma dell'agricoltura recentemente entrata in vigore ha modificato profondamente le norme che regolano il funzionamento delle imprese agricole, soprattutto per quanto riguarda le agevolazioni fiscali sull'acquisto dei terreni agricoli e la gestione dell'impresa in forma societaria. Le nuove regole rendono più facile l'accesso ai regimi fiscali agevolati, quindi rappresentano un vantaggio per tutti gli agricoltori, ma la loro conoscenza stenta a diffondersi tra gli operatori del settore, come spesso avviene per le riforme

di ampia portata. Le nuove regole sull'imprenditore agricolo professionale e sulle società agricole, pur mantenendo tutte le agevolazioni tradizionalmente riconosciute ai coltivatori diretti, favoriscono la trasformazione delle nostre imprese verso forme sempre più evolute, consentendo ai prodotti italiani di rimanere competitivi su un mercato ormai globale. Il d.lgs. 29 marzo 2004, n. 99, entrato in vigore dal 7 maggio 2004, ha già subito alcune modifiche di dettaglio nei primi mesi del 2005, per

La riforma societaria ha introdotto la nuova qualifica di imprenditore agricolo professionale, al quale sono riconosciute tutte le agevolazioni fiscali prima riservate ai coltivatori diretti

venire incontro alle esigenze e ai dubbi espressi dagli operatori del settore.

La nuova figura dell'imprenditore agricolo professionale.

La riforma ha introdotto la nuova qualifica di imprenditore agricolo professionale (iap) che ha sostituito la figura dell'imprenditore agricolo a titolo principale. Oggi all'imprenditore agricolo professionale sono riconosciute tutte le agevolazioni fiscali che prima erano riservate ai coltivatori diretti. Per essere considerato imprenditore agricolo professionale

occorrono **tre requisiti**. Anzitutto bisogna avere una competenza professionale in campo agricolo, cioè un titolo di studio o un'esperienza nel settore; poi bisogna dedicare alle attività agricole almeno la metà del tempo di lavoro complessivo, direttamente o attraverso la partecipazione a una società, e ricavarne almeno la metà del reddito globale da lavoro, escluse le pensioni di ogni genere e le indennità percepite per cariche pubbliche o in società, associazioni ed enti operanti nel settore agricolo. Per l'imprenditore agricolo che opera in zone svantaggiate i requisiti si riducono a un quarto. La presenza dei requisiti viene accertata dalle Regioni, tramite gli uffici presenti in ogni provincia. Chi aveva già la qualifica di imprenditore agricolo a titolo principale può ottenere immediatamente quella di iap, dato che i requisiti sono meno restrittivi.

Recentemente è stata prevista la possibilità di accedere alle agevolazioni anche per chi non è ancora imprenditore agricolo professionale, ma vuole diventarlo. Le agevolazioni fiscali per l'acquisto dei terreni agricoli spettano quindi anche a chi non ha ancora ottenuto la qualifica di iap, purché abbia già presentato la domanda all'ufficio regionale e si sia iscritto alla gestione previdenziale dell'Inps. La qualifica deve essere ottenuta entro due anni. Chi non è attualmente agricoltore, ma intende iniziare questa attività, essendo in possesso dei requisiti previsti dalla legge, può dunque acquistare subito i terreni agricoli usufruendo di tutte le agevolazioni.

Il riconoscimento delle società agricole.

La riforma ha esteso la qualifica di imprenditore agricolo professionale anche alle società agricole di ogni tipo, e di conseguenza la possibilità di accedere a tutte le agevolazioni fiscali e creditizie in precedenza riservate ai coltivatori diretti. Le società agricole, oltre a contenere tale indicazione nella denominazione o ragione sociale, devono avere per oggetto esclusivo l'esercizio dell'agricoltura e delle attività connesse. Inoltre, se si tratta di società di persone devono avere almeno un



socio in possesso della qualifica di iap, mentre le società di capitali devono avere almeno un amministratore che sia imprenditore agricolo professionale. Nella prima fase di applicazione della riforma ciò significava che l'amministratore doveva avere già conseguito la qualifica di iap in precedenza, dato che come amministratore di una società agricola di capitali non avrebbe potuto ottenerla. Quindi per avere una società agricola occorreva un amministratore che esercitasse l'attività agricola a titolo individuale. Oggi questa limitazione è venuta meno, perché l'ultima modifica consente anche all'amministratore di acquisire la qualifica di imprenditore agricolo professionale (iap) a titolo personale, pur non svolgendo l'attività agricola in proprio ma nell'ambito della società agricola, a condizione che sia in possesso delle competenze professionali, dedichi alla gestione della società agricola almeno la metà del proprio tempo di lavoro e ne ricavi almeno la metà del proprio reddito (escluse le pensioni). Le nuove norme precisano però

che quando uno stesso soggetto è amministratore di più società agricole, può fare acquisire la qualifica di iap a una sola di esse. Per l'adeguamento delle società agricole esistenti ai nuovi requisiti è prevista l'esenzione dalle imposte.

Più semplice accedere alle agevolazioni fiscali.

Le agevolazioni per la formazione e l'arrotondamento della piccola proprietà contadina (p.p.c.), che finora erano riservate ai coltivatori diretti, sono estese anche agli imprenditori agricoli professionali iscritti nella gestione previdenziale e assistenziale, comprese le società agricole. Come è noto queste agevolazioni consentono di acquistare terreni agricoli pagando solo l'imposta catastale dell'1% sul prezzo dichiarato nell'atto di compravendita, mentre l'imposta di registro e l'imposta ipotecaria si applicano nella misura fissa di 168 euro ciascuna, anziché in percentuale sul prezzo dichiarato. L'atto di compravendita e le relative copie sono inoltre esenti dall'imposta di bollo. E' prevista la decadenza dell'agevolazione, con il conseguente recupero delle imposte e le relative sanzioni, se l'acquirente cede a qualsiasi titolo il terreno oppure cessa di coltivarlo prima che siano trascorsi cinque anni dall'acquisto. Ricordiamo anche che l'agevolazione p.p.c. è un'agevolazione provvisoria, pur essendo stata ripetutamente prorogata, e attualmente la sua scadenza è prevista per il 31 dicembre 2005.

Nuove agevolazioni per il compendio unico.

La riforma ha introdotto infine una nuova agevolazione per l'acquisto di terreni agricoli, che si applica a tutti gli imprenditori agricoli professionali, comprese le società agricole, oltre che naturalmente ai coltivatori diretti. E' l'agevolazione per la costituzione del compendio unico, che prevede l'esenzione dall'imposta di registro, ipotecaria, catastale, di bollo e di qualsiasi altro genere. Il compendio unico è definito come

Chi aveva già la qualifica di imprenditore agricolo a titolo principale può ottenere subito quella di iap. Agevolazioni anche per chi vuole iniziare l'attività



l'estensione di terreno necessaria a raggiungere il livello minimo di redditività previsto dai piani regionali di sviluppo rurale, ma questa definizione è risultata difficile da applicare in pratica, quindi siamo in attesa di un'indicazione più precisa da parte delle singole Regioni.

I terreni agricoli costituiti in compendio unico possono essere anche non confinanti, purché siano funzionali all'esercizio dell'impresa agricola. L'agevolazione comprende anche i fabbricati rurali posti al servizio dei terreni costituiti in compendio unico. A fronte di questa agevolazione così ampia la legge prevede una serie di vincoli. L'acquirente deve impegnarsi a costituire un compendio unico e a coltivarlo o condurlo come imprenditore agricolo professionale o coltivatore diretto per almeno dieci anni. Ciò significa che per dieci anni non potrà rivendere i terreni acquistati, e non potrà neppure concederli in affitto o comunque smet-

tere di coltivarli. Inoltre i terreni agricoli e le relative pertinenze, compresi i fabbricati, costituiti in compendio unico, sono considerati indivisibili per dieci anni dalla costituzione, e durante tale periodo non possono essere frazionati né con atti tra vivi, né a causa di morte.

Ciò significa che è vietato qualsiasi atto che abbia per effetto il frazionamento del compendio unico, e anche in caso di morte del beneficiario delle agevolazioni il compendio non può essere frazionato tra gli eredi. Il vincolo di indivisibilità deve essere espressamente menzionato, da parte del notaio, negli atti con i quali viene costituito il compendio unico, e deve essere trascritto nei registri immobiliari a cura dei direttori degli uffici competenti, in modo che chiunque possa conoscerne l'esistenza.

La legge prevede la nullità degli atti che hanno per effetto il frazionamento del compendio unico. Il frazionamento del compendio è dunque reso, di fatto, impossibile. La nullità non è invece prevista per la violazione dell'obbligo di coltivare per almeno dieci anni i terreni acquistati. Per chi non rispetta questo impegno, assunto nell'atto di acquisto, le conseguenze sono solo di carattere fiscale, e consistono nella perdita delle agevolazioni, con conseguente recupero delle imposte non pagate, oltre al pagamento degli interessi e delle sanzioni previste dalla legge.

Il frazionamento del compendio unico è vietato anche in seguito alla morte di chi aveva beneficiato delle agevolazioni. In questo caso, ovviamente, non si può impedire il trasferimento del compendio, ma la legge vuole evitare che i terreni che ne fanno parte siano divisi tra gli eredi del defunto.

Anzitutto si prevede la nullità delle disposizioni testamentarie che hanno per effetto il frazionamento del compendio, quindi non è valido un testamento che prevede la divisione dei terreni tra gli eredi. Ma sono previste limitazioni anche quando la successione è regolata dalla legge.

I terreni costituiti in compendio unico devono essere assegnati interamente all'erede che lo richiede, e se gli altri beni del defunto non bastano a soddisfare le ragioni degli altri eredi, chi ha avuto in assegnazione il compendio deve versare un conguaglio in denaro.

Lingue ed economia: accordo vincente TRA LONDRA E PAVIA

La Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Pavia, sempre attenta alla formazione dei propri studenti, ha stipulato un accordo con la "London Chamber of Commerce and Industry Examination Board (LCCIEB)" diventando così centro esaminificatore della Camera di Commercio di Londra per tutto l'Ateneo pavese.

Nel mondo odierno, che si va sempre più spostando verso un sistema di internazionalizzazione, si rende necessario per le aziende raggiungere un livello di comunicazione avanzato per poter interagire con competenza con compagnie, colleghi e clienti di paesi diversi. Conoscere bene una o più lingue straniere diventa quindi uno degli obiettivi prioritari dell'impresa stessa e di conseguenza del personale afferente a tale impresa. A ciò si aggiunge la competenza interculturale. Dagli ultimi studi a riguardo risulta, infatti, che la mera competenza linguistica non è più il requisito primario ed essenziale per una comunicazione aziendale efficace e produttiva. La pura competenza linguistica deve essere accompagnata e supportata da una profonda conoscenza della cultura, del modo di agire, di reagire ed interagire che si riscontra nel paese in cui tale lingua è parlata. Chi oggi entra nel mondo del lavoro deve conoscere almeno una, meglio se più di una, lingua straniera. La lingua inglese, come ben sappiamo, si è allargata a macchia d'olio in diversi settori, ponendo in secondo ordine le altre lingue. Questo fenomeno risale in parte al colonialismo inglese che, volente o nolente, ha costretto all'uso dell'inglese, come prima o seconda lingua, i popoli colonizzati, e in



Da sinistra: Mr Mark Anthony Chesner (LCCIEB Didactical Department); Mr Jason Gregory (Business Manager LCCIEB); Dott. Loredana Crotti Vice Segretario Generale Camera di Commercio di Pavia; Dott. Giovanni Licardi Vice Presidente Camera di Commercio di Pavia; Prof. Lorenzo Rampa Preside della Facoltà di Economia; Dott. Daniele Piacenti Coordinatore Nazionale LCCIEB; Consegna Targa ricordo della Camera di Commercio di Pavia

secondo luogo all'espansione della grande potenza economica americana che, attraverso varie forme di stanziamento in paesi stranieri, ha imposto anche l'uso della lingua. Quindi, a poco a poco, l'inglese è diventato la lingua "ufficiale" del **business**, e non solo del **business**. Se ci spostiamo verso altri campi, la medicina, per esempio, ci accorgiamo che la stragrande maggioranza dei testi viene scritta in inglese, che le ricerche più avanzate arrivano in inglese da varie parti del mondo e che molti medici-ricercatori devono avere una buona padronanza dell'inglese scientifico (medico, in questo caso) in modo da poter redigere i loro protocolli direttamente in lingua per uno scambio tempestivo ed efficace con i loro colleghi stranieri. Questi fattori mettono in evidenza il fatto che, oggi come oggi, sia impensabile da parte delle Università ita-

liane, lanciare sul mercato un "prodotto" (il neo-laureato) che non conosca bene almeno una lingua straniera. E' quindi indispensabile fornire ai nostri studenti competenze linguistiche ad un livello avanzato di quello che è comunemente definito **General English**, che consentirà loro di comunicare in lingua nelle diverse situazioni del quotidiano, così come è indispensabile fornire competenze linguistiche che riguardano i diversi linguaggi settoriali o specialistici. Come abbiamo già sottolineato, la sola competenza linguistica non è



Mr Mark Anthony Chesner

più sufficiente per poter stabilire una comunicazione efficace e produttiva con la controparte. Oggi si fa sempre più strada l'idea che la competenza linguistica debba essere accompagnata da una efficace e solida conoscenza della cultura e delle abitudini del paese coinvolto nella comunicazione. La conoscenza interculturale e l'accettazione di un modo di affrontare le cose diverso dal nostro sono importanti quanto la corretta conoscenza di lessico, sintassi e grammatica della lingua straniera usata durante la comunicazione. Questi sono alcuni dei motivi che hanno indotto la Facoltà di Economia dell'Ateneo pavese a siglare l'accordo con la Camera di Commercio di Londra.

Il primo centro di esami della **London Chamber of Commerce and Industry (LCCI) International Qualifications** è stato fondato nel 1887 e da più di 100 anni le sue certificazioni sono riconosciute in tutto il mondo. La **London Chamber of Commerce Examinations Board** è un'organizzazione riconosciuta e autorizzata al rilascio di certificazioni internazionali a vari livelli con più di 8.500 centri dislocati in 125 paesi. Le sue certificazioni sono conformi alla tabella di equivalenze del Consiglio d'Europa sulle certificazioni linguistiche con riconoscimento

internazionale (**Common European Framework**). Le certificazioni LCCIEB sono valide nel nostro paese per il riconoscimento del credito formativo. Inoltre, la Camera di Commercio di Londra, come del resto tutte le Camere di Commercio, è in contatto diretto con il mondo del lavoro e dell'industria, ed ha quindi modo di avvantaggiarsi di un aggiornamento continuo sull'evoluzione del mercato del lavoro e di conseguenza sull'evoluzione linguistica in esso coinvolta.

La mattina dello scorso 20 aprile nell'Aula del Consiglio della Facoltà di Economia si è tenuto un "Seminario di Informazione e Formazione" dal titolo "**How to Stimulate Students in learning Business English** – Le Certificazioni della Camera di Commercio di Londra", in collaborazione con il M.I.U.R. e con la stessa LCCIEB, al quale hanno partecipato il Dirigente Scolastico, Dott. Pietro Modini, il Geom. Giovanni Licardi, Vice Presidente della Camera di Commercio di Pavia e la Dott.ssa Loredana Crotti, Vice Segretario Generale della Camera di Commercio di Pavia, docenti universitari, docenti delle scuole medie superiori e rappresentanti della Camera di Commercio di Londra. Seminario di Informazione e Formazione. **Informazione** perché abbiamo voluto "informare" i presenti e la comunità locale, **Formazione** perché, nell'ambito del seminario, si è iniziata la "formazione" dei docenti delle scuole medie superiori in modo che possano loro stessi tenere corsi nelle sedi in cui operano e preparare gli studenti per l'esame della Camera di Commercio di Londra.

Il Preside della Facoltà di Economia, prof. Lorenzo Rampa, ha dato inizio ai lavori sottolineando l'importanza della conoscenza linguistica in generale e nel mondo del lavoro in particolare e spiegando che accettare la proposta fattaci dalla Camera di Commercio di Londra di diventare ente certificatore per tutto l'Ateneo è motivo di soddisfazione per la nostra Facoltà. Le aziende oggi richiedono al

neo-laureato la conoscenza dell'inglese e preferiscono che tale conoscenza sia "certificata". Ebbene, la Facoltà di Economia, sempre al passo con i tempi e sempre attenta al futuro dei suoi laureati, ha deciso di dare ai suoi studenti, e agli studenti di tutto l'Ateneo, la possibilità di frequentare un corso di preparazione all'esame e di sostenere gli esami all'interno della Facoltà stessa. L'unica spesa per lo studente consiste nel pagamento della tassa d'esame che va fatto alla **London Chamber of Commerce**. Le prove d'esame saranno spedite da Londra. Al termine dell'esame la Facoltà dovrà rispondere a Londra i compiti e le cassette con la registrazione dell'esame orale per la valutazione ed il rilascio del certificato di superamento dell'esame stesso. Rivolgendosi ai presenti il prof Rampa ha poi evidenziato l'importanza della collaborazione tra scuole superiori e università. Le certificazioni sono aperte anche agli studenti delle scuole superiori e potranno essere usate per il riconoscimento di crediti formativi e/o per avere una sorta di "bonus" da parte della Facoltà in cui è previsto l'insegnamento della lingua inglese.

Il legame che deve esserci tra scuola e università è stato ripreso dal Dirigente Scolastico, Dott. Pietro Modini. Se vogliamo essere al passo

con gli altri paesi e agevolare ai nostri laureati l'ingresso nel mondo del lavoro, dobbiamo per forza di cose dare loro le competenze linguistiche richieste dalle aziende. Il Dott. Modini si è anche soffermato sull'importanza della conoscenza interculturale in ambito lavorativo.

Dopo l'intervento del Dott. Modini sono seguiti gli interventi del Dott. Daniele Piacenti, Coordinatore Nazionale LCCIEB, e Mr Jason Gregory, Business Manager LCCIEB, i quali hanno tenuto due relazioni in cui sono state illustrate ai presenti le diverse certificazioni promosse dalla **Camera di Commercio di Londra**. Tra queste figurano l'**E.F.B.** (English for Business), **W.E.F.T.** (Written English for Tourism), certificazioni legate alla New-Economy, un test denominato **ELSA** (test a scelta multipla che valuta le quattro abilità comunicative), certificazioni legate all'inglese commerciale, Information Technology. Gli esami sono fissati in tre sessioni annuali oppure "on demand" richiedendoli con un mese di preavviso.

Prima di passare alla parte **formativa** del seminario, il Geom. Giovanni Licardi e la Dott. Loredana Crotti hanno consegnato una targa ricordo della Camera di Commercio di Pavia ai colleghi londinesi.

Il Seminario è quindi ripreso con l'intervento di Mr Anthony Chesner (LCCIEB Didactical Department). Dopo aver illustrato la vasta gamma di certificazioni, Mr Chesner si è soffermato sulle modalità d'esame e sulla didattica da seguire durante il corso di preparazione agli esami stessi. Numerosi sono stati gli interventi dei presenti.

Il futuro delle certificazioni presso la Facoltà di Economia? Tra i nostri programmi c'è anche quello di fornire competenze linguistiche a vari livelli al personale impiegato presso le aziende pubbliche e private. Un impegno a vasto raggio che vuole consolidare il legame già esistente tra scuola, università e mondo del lavoro.

Il seminario si è concluso con la programmazione di un altro incontro di formazione che si terrà prima dell'inizio dei corsi, fine di settembre-primi giorni di ottobre.

